

## АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ДЕФИНИЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ С ПОЗИЦИЙ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА К МЕНЕДЖМЕНТУ КАЧЕСТВА

**Н.В. Фадеева**

*Кафедра «Управление качеством и математические методы экономики»,  
ФГБОУ ВПО «Сибирский государственный технологический университет»,  
г. Красноярск; fadееva\_natali@inbox.ru*

*Представлена членом редколлегии профессором В.И. Коноваловым*

**Ключевые слова и фразы:** обслуживание; процессный подход к управлению; сервис; сфера услуг; услуга.

**Аннотация:** Рассмотрены определения ключевых терминов сферы услуг «услуга», «обслуживание», «сервис» с точки зрения процессного подхода.

---

Сфера услуг сегодня привлекает огромное количество научных исследователей различной отраслевой принадлежности, каждый из которых, приступив к ее пристальному изучению, стремится обобщить и проанализировать накопленный к этому времени материал. Степень развития сферы услуг стала выступать одним из критериальных признаков развитости общества. В настоящее время страна не может быть причислена к развитым, если в сфере услуг создается меньше 65 % ВВП. Современный уровень развития передовых стран демонстрирует динамичное развитие производства услуг различного рода и их рынка. В США на сферу услуг сейчас приходится около 80 % рабочих мест, в том числе в этой сфере занято более 85 % всех кадров высшей квалификации, и 78 % ВВП. Аналогичная тенденция наблюдается в странах Западной Европы, где в сфере услуг занято более 66 % общего числа занятых. В странах ЕС на долю услуг приходится около 65–75 % ВВП и 65 % занятых; в Японии – 62 и 60 % соответственно. В сфере услуг размещено 40 % объема иностранных прямых инвестиций в мире [1, с. 33]. В России доля услуг в общем объеме ВВП по данным 2007 г. составила около 58 % [2], и эта цифра неуклонно увеличивается. Развитие сервисной экономики названо одним из приоритетных направлений развития экономики России наряду с такими традиционными отраслями, как электроэнергетика, нефтяная и газовая промышленности и лесная отрасль.

Понятие «качество» в индустриальной и сервисной экономике смещается от «хорошо сделанного» в сторону интерактивных (диалоговых, коммуникационных) связей с потребителями с целью их наибольшего удовлетворения [3], одним из способов достижения которого является процессный подход. Процессный подход является мощным средством организации и менеджмента того, как производственные виды деятельности создают ценность для потребителя и других заинтересованных сторон. Соответствующий подход позволяет уменьшить число уровней иерархии и объединять в рамках одной группы целый ряд частных функциональных подзадач, обеспечивая целостный охват задачи. При этом каждый член группы отвечает за свою часть работы и осуществляет самоконтроль. Таким путем удастся уменьшить количество стыков, что, в свою очередь, приводит к ускорению и упрощению процессов, то есть производство (обслуживание) оптимизи-

руется с точки зрения затрат времени и денег. А поскольку работники заинтересованы в результатах своего труда, они постоянно заботятся об улучшении организации и совершенствовании процессов. Организация, строящая свой менеджмент на принципах процессного подхода, оптимальным образом ориентирована на рынок и клиентов. Также она обладает большей гибкостью и успешнее приспосабливается к самым разнообразным изменениям, обусловленным технологическими, социальными, экологическими или экономическими причинами, чем организация, построенная по функциональной схеме [4].

Первоначальное внимание ученых в сфере услуг привлекают основные термины и их дефиниции, которые зачастую не упрощают исследовательские задачи, а вносят в их решение существенную путаницу. Более глубокое понимание сферы услуг возможно через рассмотрение определений основного ключевого его термина – услуга.

Пик исследований, относящихся к сфере услуг, пришелся на 60–70-е гг. XX столетия. Этими исследованиями активно занимались ученые разных стран, первое место среди которых, безусловно, занимают исследования, проводимые в США.

Подходы к анализу дефиниций ключевых терминов сферы услуг обуславливались стоящими перед исследователями задачами, среди которых можно выделить экономический, правовой, ситуационный, функциональный и системный подходы. Попытаемся провести анализ ключевых терминов с точки зрения процессного подхода, основная суть которого заключается в следующем [5]:

- процесс представляет собой совокупность взаимосвязанных или взаимодействующих видов деятельности, преобразующей входы в выходы;
- входы и выходы могут быть осязаемыми или неосязаемыми; в свою очередь, выходы могут быть предполагаемыми и непредполагаемыми;
- каждый процесс имеет поставщиков и потребителей или другие заинтересованные стороны, имеющие свои потребности и ожидания;
- продукция представляет собой результат процесса.

Анализ определений термина «услуга» с точки зрения процессного подхода представлен в таблице. Этому исследованию подвергнуто 46 определений зарубежных и отечественных авторов, среди которых можно встретить как основоположников теории услуг, так и наших современников различных научных направлений и школ. В ходе рассмотрения определений термина «услуга» сформировалось четыре группы. К первой группе были отнесены авторы, которые утверждают, что услуга представляет собой процесс, деятельность или взаимодействие. Эта группа включает большинство определений, по сравнению с остальными группами, а именно – 29. Вторая группа образована из определений, авторы которых считают услугу результатом процесса. В нее отнесены определения таких авторов, как Д. Коуэлл, Р. Малери, Г. Ассэль, А.И. Добрынин, О.Е. Васильева и группы авторов К. Хаксевер, Б. Рендер, Р. Рассел и Р. Мердик, а также Ф. Котлер и Л. Сидни. Кроме того, услуга как результат процесса закреплена в нормативных документах ИСО 9004-2–91 и ГОСТ Р 50646–94/ГОСТ 30335–95. В третью группу включены определения термина «услуга», которые не попали в первые две. Авторы определений, отнесенных к этой группе, считают, что услуга одновременно является и процессом, и результатом процесса. Такой позиции придерживаются авторы К. Маркс и Ф. Энгельс, С. Прокопенко. К четвертой, последней, группе были отнесены определения, в которых четко не прослеживается, продукцией или процессом является услуга (Ж.-Б. Сэй, А. Смит, Э. Гамессон, Е.Г. Решетникова, Л.В. Пасечникова, Б.П. Боларев).

Одним из интересных определений термина «услуга», с точки зрения процессного подхода, следует отметить определение К. Гронрооса, который определил услугу как «процесс, включающий серию (или несколько) неосязаемых действий, которые при необходимости происходят при взаимодействии между поку-

пателями и обслуживающим персоналом, физическими ресурсами, системами предприятия – поставщика услуг и которые направлены на решение проблем покупателя услуги». В своем определении, на наш взгляд, К. Гронроос максимально учел все признаки процессного подхода.

**Анализ определений термина «услуга» с точки зрения процессного подхода**

Автор [источник]	Определение	Наличие признаков процессного подхода в определении термина
1	2	3
<b>Зарубежные авторы</b>		
1. Сэй Ж.-Б. [1]	...обмен услугами происходит не только между людьми, но и между вещами, силами природы	Слабо прослеживается, что услуга – это процесс, обозначены участники – люди, вещи, силы природы
2. Смит А. [6, с. 8]	...бесплодные и непродуктивные, так как они, как правило, исчезают в самый момент их предоставления и не фиксируются в каком-либо осязаемом продукте	Указан выход процесса как предполагаемый неосязаемый, но не указаны поставщики и потребители процесса
3. Бастиа К.Ф. [1]	...реальные затраты труда в процессе производства, так и вообще любые усилия, прилагаемые кем-либо в порядке обмена деятельностью или освобождающие кого-либо из индивидуумов от определенного образа действий. ...какое-то усилие, которым характеризовались отношения людей между собой	В определении услуга представлена как взаимодействие, то есть процесс, возникающий между его участниками, которые обозначены как какие-либо индивидуумы, четко не обозначены поставщики этой продукции и ее потребители
4. Маршалл А. [6, с. 8]	...все виды деятельности (делаете ли вы стол из куска дерева, везете ли уголь, готовите ли рыбу и т.д.) производят полезности или, другими словами, услуги для удовлетворения желаний	Сделан акцент, что услуга – это деятельность, то есть процесс, присутствует также элемент клиентоориентированности «для удовлетворения желаний», не обозначены потребители и поставщики процесса
5. Маркс К., Энгельс Ф. [8, с. 145, 149, 151, 288]	1) ...которые... потребляются как потребительные стоимости; 2) ...существующих в чистом виде, не принимающих предметной	Прослеживается, что услуга – это некий результат процесса, а, следовательно, продукция; указан поставщик продукции – исполнитель

1	2	3
	<p>формы, не получающих в виде вещи самостоятельного бытия отдельно от исполнителя этих услуг и не входящих составной частью в стоимость какого-нибудь товара...</p> <p>3) ...которые, как таковые, имеют потребительную стоимость, а в результате их издержек производства – также и меновую стоимость;</p> <p>4) всякая услуга производительна для ее продавца.</p>	и имеется потребитель этой продукции
6. Маркс К., Энгельс Ф. [8, с. 413]	<p>В тех случаях, когда деньги непосредственно обмениваются на такой труд, который не производит капитала, то есть на непроизводительный труд, этот труд покупается как услуга. Это выражение означает вообще не что иное, как ту особую потребительную стоимость, которую доставляет этот труд, подобно всякому другому товару; но особая потребительная стоимость этого труда получила здесь специфическое название «услуги» потому, что труд оказывает услуги не в качестве вещи, а в качестве деятельности, – что, однако, нисколько не отличает его, скажем, от какой-нибудь машины, например от часов</p>	Услуга обозначена как деятельность, то есть как процесс, а не как результат процесса, не указаны поставщики и потребители продукции
7. Берри Л. [9]	Физический продукт – это «предмет, устройство или вещь, в то время как услуга является поступком, исполнением или усилием»	Услуга – это процесс, не обозначены поставщики и потребители этого процесса, а также не обозначена продукция процесса
8. Котлер Ф. [9]	...любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может пред-	Услуга – это процесс, нет четкого понимания, что является продукцией это-

1	2	3
	<p>ложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо. Производство услуг может быть, а может и не быть связано с товаром в его материальном виде</p>	<p>го процесса, кто потребители и поставщики этого процесса</p>
<p>9. Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р., Мердик Р. [10, с. 25]</p>	<p>Организации, повышающие стоимость нашей личной жизни посредством разнообразия нематериальных активов, которые они предоставляют. Продукция этой группы и называется услугами</p>	<p>Указана продукция – услуга и ее поставщики – организации, повышающие стоимость нашей личной жизни, следовательно, потребителями продукции являются индивиды</p>
<p>10. Коуэлл Д. [11]</p>	<p>...это специфический вид товара</p>	<p>Не указаны поставщики и потребители, говорится о том, что услуга – специфический вид товара, а товар – это продукция, следовательно, услуга является продукцией</p>
<p>11. Малери Р. [12]</p>	<p>...это нематериальные активы, производимые для целей сбыта</p>	<p>Прослеживается, что услуга – это результат процесса, не указаны поставщики и потребители услуги</p>
<p>12. Гронроос К. [13, с. 316]</p>	<p>...это процесс, включающий серию (или несколько) неосязаемых действий, которые при необходимости происходят при взаимодействии между покупателями и обслуживающим персоналом, физическими ресурсами, системами предприятия – поставщика услуг. Данный процесс направлен на решение проблем покупателя услуги</p>	<p>Четко указано, что услуга – это процесс, состоящий из действий, обозначены поставщики (обслуживающий персонал), потребители (покупатели услуг), кроме этого, с точки зрения процессного подхода в этом определении есть упоминание о ресурсах и направленности процесса на удовлетворение потребителя (принцип клиентоориентированности)</p>

1	2	3
13. Сессер В.Е. [6, с. 10]	...явление или процесс, создание и использование которого одновременно или почти одновременно. Несмотря на то, что клиент не может удержать услугу после ее производства, эффект от услуги может быть сохранен	Услуга – это процесс, результатом этого процесса выступает – эффект от услуги, обозначен потребитель процесса – клиент
14. Дойль П. [6, с. 10]	...является действием или выгодой, ее покупатель не получает права собственности на какой-либо материальный объект	Услуга обозначена как процесс, потребителем является покупатель, отсутствует поставщик
15. Хилл Т. [6, с. 11]	...это изменение состояния лица или товара, принадлежащего какой-либо экономической единице, происходящее в результате деятельности другой экономической единицы с предварительного согласия первой	Услуга представлена как процесс, поставщики и потребители которого экономические единицы
16. Котлер Ф., Сидни Л. [14, с. 412]	...суть неосязаемые товары, которые являются предметом рыночных транзакций	Не указаны поставщики, потребители, услуга является товаром, следовательно, продукцией
17. Ассэль Г. [15, с. 38]	...это неосязаемые блага, которые приобретаются потребителями, но связаны с собственностью	Не указаны поставщики, потребители, косвенно указывается на то, что услуга – это продукция
18. Шостак Л. [16]	... это не то же самое, что и продукт, только имеющее «нематериальный» характер... Услуги оказываются. Они ощущаются... Наиболее важное отличие очевидно – знание услуги и знание продукта не могут быть получены одним и тем же способом	Имеется нечеткое указание, что услуга – это процесс («услуги оказываются»), не обозначены потребители и поставщики

1	2	3
19. Лавлок К. [17, с. 34]	...это вид экономической деятельности, создающей ценность и обеспечивающей определенные преимущества для потребителей в конкретное время и в конкретном месте, в результате осязаемых и неосязаемых действий, направленных на получателя услуги или его имущество	Услуга представлена как процесс, как деятельность, потребитель которой «получатель услуги» и «имущество получателя», не обозначен поставщик
20. Гамессон Э. [18]	...это то, что можно купить, но нельзя уронить себе на ногу	Не указаны поставщики, потребители и продукция
<b>Отечественные авторы</b>		
21. Прищепенко В.В. [7]	...это определенное свойство объекта или субъекта, проявляющееся в результате взаимодействия с другими объектами и/или субъектами	Прослеживается, что услуга – это процесс, участники и/или субъекты, но кто из них поставщик, а кто потребитель четко не обозначено
22. Ушаков Д.Н. [19]	...1) действие, приносящее помощь, пользу другому; 2) ...те или иные хозяйственные удобства, предоставляемые населению, жильцу, помощь по хозяйству	Услуга – это процесс и присутствует элемент ориентированности на потребителя «приносящее пользу другому»
23. Даль В.И. [20]	...самое дело, помощь, пособие или угождение	Обнаружен элемент клиентоориентированности на потребителя услуги – «угождение», присутствует деятельностный компонент, указывающий на то, что услуга – это процесс
24. Ожегов С.И. [21]	...1) действие, приносящее пользу, помощь другому; 2) бытовые удобства, предоставляемые кому-нибудь	Услуга – это процесс и присутствует элемент ориентированности на потребителя «приносящее пользу другому»
25. Челенков А.П. [9]	...согласованный процесс взаимодействия двух или более субъектов рынка,	Услуга – это процесс, участники которого субъекты рынка, причем

1	2	3
	<p>когда одни субъекты воздействуют на другие в целях создания, расширения или воспроизводства возможностей последних в получении фундаментальной пользы (благ)</p>	<p>поставщик тот, кто воздействует на другого, то есть на потребителя, удовлетворяя последнего – признак клиенториентированности</p>
<p>26. Завьялов П.С. [9]</p>	<p>Общее, что объединяет различные виды трудовой деятельности по оказанию услуг – это производство таких потребительских стоимостей, которые преимущественно не приобретают овеществленной формы</p>	<p>Услуга выступает как деятельность, процесс, продукция которого – потребительская стоимость, не осязаемая форма продукции, не обозначены поставщики и потребители продукции</p>
<p>27. Уколов В.Ф. [9]</p>	<p>...есть не что иное, как полезное действие потребительной стоимости – товара или непосредственно труда</p>	<p>Услуга представлена как процесс в виде действий, остальные признаки процессного подхода не выявлены</p>
<p>28. Добрынин А.И. [22, с. 16]</p>	<p>...нематериальное благо, обладающее определенной ценностью; носит товарный характер</p>	<p>Не указаны поставщики, потребители, косвенно указано, что услуга – это продукция</p>
<p>29. Решетникова Е.Г. [22, с. 16]</p>	<p>...форма экономических отношений по поводу конкретной трудовой деятельности, в процессе которой создается специфическая потребительная стоимость</p>	<p>Не указаны поставщики, потребители и продукция</p>
<p>30. Васильева О.Е. [22, с. 16]</p>	<p>...особый товар, принявший специфическую форму в виде результата деятельности и самой деятельности исполнителя, направленной на удовлетворение потребностей, различных субъектов общества (индивидуумов, предприятия, общества в целом) посредством обмена. ...это особая форма взаимоотношений между произ-</p>	<p>Услуга выступает как не осязаемый результат деятельности, то есть процесса, следовательно, является продукцией, между поставщиком – исполнителем и потребителем с целью удовлетворения потребностей последнего – признак клиенториентированности</p>



1	2	3
	<p>водителем и потребителем по поводу производства нематериального блага, носящая индивидуальный характер, обладающая возможностью быть потребленной, но исключающая способность к хранению и накоплению, комбинирующая в себе осязаемые и неосязаемые признаки и обладающая стоимостью</p>	
<p>31. Прокопенко С. [6, с. 10]</p>	<p>...виды деятельности, работ, в процессе выполнения которых создается новый ранее не существующий материально-вещественный продукт, но изменяется качество уже имеющегося продукта. Это блага, предоставляемые не в виде вещей, а в форме деятельности. Само оказание услуг создает желаемый результат</p>	<p>Услуга обозначена и как процесс, и как результат этого процесса</p>
<p>32. Боларев Б.П. [23, с. 376]</p>	<p>...услуга является итогом</p>	<p>Не обнаружены признаки процессного подхода</p>
<p>33. Спирин А.Д., Максимова С.Б., Мясинников С.П. [24, с. 77]</p>	<p>...работа (совокупность мероприятий), выполняемая для удовлетворения нужд и потребностей клиентов, обладающая законченностью и имеющая определенную стоимость</p>	<p>Услуга представлена как процесс, потребители которого клиенты, признаком клиентоориентированности является цель выполнения процесса «для удовлетворения нужд клиентов»</p>
<p>34. Христофорова И.В. [25, с. 19]</p>	<p>...это процесс воздействия живого или овеществленного труда на человека, его имущество или окружающие его условия, оказанный на платной или безвозмездной основе, имеющий целью удовлетворить потребно-</p>	<p>Услуга обозначена как процесс, результат которого «изменение состояния объекта воздействия», обозначены потребители процесса как «отдельные члены общества, определенные группы людей</p>

1	2	3
	сти отдельных членов общества, определенных групп людей или общества в целом, результатом чего становится изменение состояния объекта воздействия	или общества в целом», не указаны поставщики, признак клиентоориентированности проявляется в «цели удовлетворить потребности» потребителей
35. Маркова В.Д. [26]	...есть не что иное, как «особая потребительская стоимость, которую доставляет труд, только не в качестве вещи, а в качестве деятельности»	Услуга представлена как процесс, деятельность, другие признаки процессного подхода не обозначены
36. Николайчук Н.Е. [27, с. 27]	...на практике к услугам часто относят все виды полезной деятельности, в процессе которой создаются не материальные ценности, а некий потребительский эффект, имеющий конкретное, но неощутимое выражение	Услуга представлена как процесс, продукция которого «потребительский эффект»
37. Уколов В.Ф., Белевцев Б.А. [28]	...это целесообразная трудовая деятельность, результат которой выражается в удовлетворенности каких-либо потребностей человека	В определении присутствует обозначение услуги как процесса, результатом процесса является «удовлетворенность каких-либо потребностей человека», потребителем является человек
38. Балалов В.Д., Гуков Н.В., Козлова И.В., Баркан Н.А. [29, с. 8]	...есть действие определенной потребительной стоимости, выражающееся в полезном эффекте, который удовлетворяет, как правило, в момент своего проявления ту или иную человеческую потребность. При этом услуга может быть оказана либо при помощи вещи, либо в процессе функционирования самого живого труда	Услуга представлена как деятельность, процесс, результатом которой является «полезный эффект», потребителем является человек. Другой имеющийся в определении признак процессного подхода – клиентоориентированность, обозначенная через удовлетворение потребностей потребителя
39. Андрухович В.В. [30, с. 7]	...к услугам относятся все виды труда, непосредственно не связанные с изменением и пре-	Услуга обозначена как процесс, результат процесса – неосязаемый продукт

1	2	3
	<p>образованием форм материи и сил природы и производящие особую потребительную стоимость, которая выражается в общественной полезной деятельности самого труда в различных отраслях общественного хозяйства. К услугам относят также и все виды труда, которые, будучи заняты собственно в материальном производстве, не овеществляются в предметно осязаемом, обособленном продукте труда (транспорт, связь)</p>	
<p>40. Марков О.Д. [31, с. 14]</p>	<p>...деятельность, связанная с обменом стоимостей, направленная на удовлетворение потребностей, выраженных в форме спроса, которая не сводится к передаче права собственности на некоторый материальный продукт</p>	<p>Услуга обозначена как деятельность, процесс, прослеживается признак клиентоориентированности через удовлетворение потребностей, не обозначены поставщики и потребители данного процесса</p>
<p>41. Голубков Е.П. [32, с. 62]</p>	<p>...вид деятельности или благ, который одна сторона может предложить другой и который по своей сути не является осязаемым и не результативен в собственность клиента</p>	<p>Услуга обозначена как процесс, участниками которой являются две стороны</p>
<p>42. Разумовская А.Л., Янченко В.М. [9]</p>	<p>...совокупность действий, исполнения и усилий, результат которых неотделим от объекта или субъекта ее получения без существенных качественных изменений. Ценность услуги на рынке определяется потребительской оценкой вероятности желаемой модификации базового набора возможностей потребителя</p>	<p>Услуга обозначена как процесс, совокупность действий. Поставщик – субъект, потребитель – объект</p>

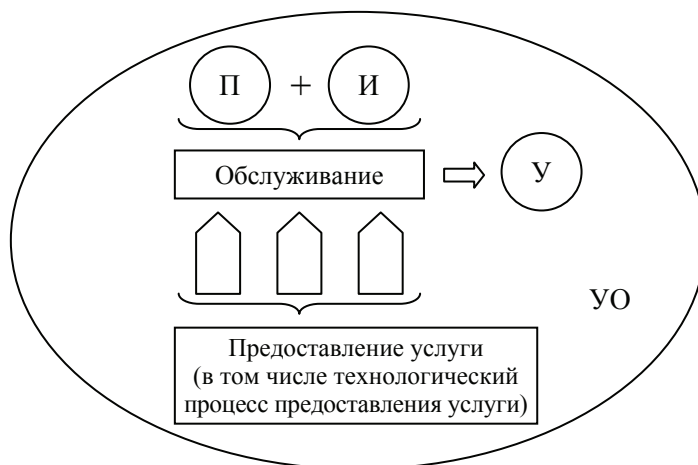
1	2	3
43. Пасечникова Л.В. [33, с. 69]	... доведение до потребителей материальных и нематериальных благ в соответствии с индивидуальными вкусами и запросами путем предоставления соответствующих потребностей, обслуживания процесса их потребления, создания условий для быта, отдыха и досуга; способствование увеличению свободного времени и рационального его использования	Четко не прослеживается, что представляет собой услуга – процесс или результат процесса, но присутствует элемент клиентоориентированности на потребителя
<b>Нормативные документы, энциклопедии</b>		
44. ИСО 9004-2–91 [34]	...результат взаимодействия поставщика и заказчика и внутренней деятельности поставщика по удовлетворению потребностей заказчика	Услуга является результатом процесса, обозначены поставщик – исполнитель и потребитель – заказчик, имеется элемент клиентоориентированности – удовлетворение потребностей заказчика
45. ГОСТ Р 50646–94/ГОСТ 30335–95 [35]	...результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя (заказчика), а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности заказчика	Услуга является результатом процесса, обозначены поставщик – исполнитель и потребитель – заказчик, имеется элемент клиентоориентированности – удовлетворение потребностей заказчика
46. Википедия [36]	...совершенное одним (человеком) в интересах другого (человека) действие или деятельность. В виде коммерческой сделки оказание услуг представляет собой действия, производимые исполнителем по распоряжению заказчика в процессе трудовой деятельности, относящейся к сфере услуг	Услуга представляет собой процесс, потребитель и поставщик которого человек

По нашему мнению, услугу и процесс, результатом которого она является, необходимо разделять. В этой связи, автор настоящей статьи придерживается позиции, что услуга представляет собой результат такого процесса, как «обслуживание», и причисляет себя ко второй группе авторов, считающих услугу результатом этого процесса.

В подтверждение того, что услуга представляет собой результат обслуживания, был проведен анализ определений терминов «обслуживание» и «сервис». Эти термины часто употребляют как синонимы, и кроме того, русскоязычное слово «обслуживание» является переводом англоязычного слова «сервис». Использование в русском языке понятия «сервис» (англ. *service* – служба, обслуживание) предполагает тот же смысл, что и в английском – «обслуживание, предоставление разного рода услуг». Этой же точки зрения придерживается В.А. Качалов в своей работе [37], отмечая тот факт, что «перевод английского слова “service” на русский язык как услуга не в полной мере точен. <...> Более обоснованным по смыслу вариантом перевода английского слова “service” на русский язык является “обслуживание” или “обслуживание, услуга”, а не “сервис” или “услуга”». Свои выводы он подкрепляет небольшими лингвистическими исследованиями толковых словарей русского языка: «Обслуживать – 1. работать по удовлетворению чьих-то нужд; 2. работать по эксплуатации машин, станков и т.п.» [21]. «Услуживать – служить, оказывать услуги, угождать, стараться быть полезным, помогать» [20]. В толковом словаре под ред. Д.Н. Ушакова «обслуживание» обозначает «действие», образованное от глагола «обслуживать», что подтверждается приведенными примерами: «обслуживание машин; обслуживание потребителя» [19]. В современном экономическом словаре «обслуживание – это предоставление услуг клиенту за определенную плату» [38]. Схожее по смыслу определение дано в энциклопедическом словаре-справочнике руководителя предприятия: «обслуживание – деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги» [39]. Прямое определение термина «service» содержалось в международном стандарте ISO 8402:1994: «Обслуживание (оказание услуг) – результат непосредственного взаимодействия поставщика и потребителя и внутренней деятельности поставщика по удовлетворению потребностей потребителя» [37] и содержится в отечественном стандарте ГОСТ Р 50646–94 / ГОСТ 30335–95 «Услуги населению. Термины и определения»: «Обслуживание – деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги». В материалах свободной энциклопедии «Википедия» [36] обслуживание определено как «любое действие, совершаемое одной стороной для другой стороны, имеющее нематериальный характер и не приводящее к возникновению права собственности на что бы то ни было; обслуживание может быть, а может и не быть связано с физическим продуктом».

Таким образом, проведенное исследование терминов «услуга», «обслуживание» и «сервис» доказывает, что услуге, как конечному продукту, предшествует обслуживание, как процесс, которое представляет собой взаимодействие между поставщиком услуги и ее потребителем. Эта позиция позволяет нам в полной мере применить основы процессного подхода к менеджменту, существующему в организациях сферы услуг, а также оценивать качество оказываемых потребителям услуг, с точки зрения процессного подхода.

Поскольку сервисные организации сегодня находятся в условиях жесткой конкуренции, единственным способом, повышающим их конкурентоспособность, является поддержание уровня качества всех элементов и процессов служебной системы. К основным ее элементам следует отнести потребителя, поставщика или исполнителя услуги, условия обслуживания, конечный продукт данной системы – услугу и процессы, протекающие в этой системе: обслуживание и предоставление услуги, включающие технологический процесс ее предоставления [35] (рисунк).



**Элементы и процессы сервисной системы:**

П – потребитель; И – исполнитель; У – услуга; УО – условия обслуживания

Модель сервисной системы, представленная на рисунке, представляет собой условия обслуживания, в которых взаимодействуют потребитель и исполнитель услуги, в ходе которого появляется конечный продукт – услуга. Помимо основного процесса – обслуживания в модели сервисной системы – схематично обозначен обеспечивающий обслуживание процесс – предоставление услуги, включающий технологический процесс ее предоставления. Таким образом, для повышения конкурентоспособности сервисной организации сегодня уже недостаточно поддерживать уровень качества только элементов сервисной системы (поставщика, условий обслуживания, конечной услуги). Необходимо смещение акцента на организацию процессов и оценку их качества. Только тогда совокупность качественных элементов и процессов даст неоспоримое конкурентное преимущество организациям, оказывающим услуги.

*Список литературы*

1. Бурменко, Т.Д. Сфера услуг: экономика : учеб. пособие / Т.Д. Бурменко, Н.Н. Даниленко, Т.А. Туренко ; под ред. Т.Д. Бурменко. – М. : КНОРУС, 2007. – 328 с.
2. Савчишина, К.Е. Сфера услуг в современном производственном процессе российской экономики [Электронный ресурс] / К.Е. Савчишина, В.С. Сутягин // Эконом. портал. – Режим доступа : <http://institutiones.com/general/1487-sfera-uslug-rosijskoj-ekonomiki.html?showall=1>. – Загл. с экрана.
3. Верилова, О. Сервисная экономика стучится в дверь / О. Верилова // Питание и о-во. – 2000. – № 8. – С. 11.
4. Биннер, Х. Управление организациями и производством: от функционального менеджмента к процессному : пер. с нем. / Хартмут Биннер. – М. : Альпина Паблицерз, 2010. – 282 с. – (Серия «Производственный менеджмент»).
5. ISO/TC 176/SC 2/N 544R2(r). Руководство по концепции и использованию процессного подхода для систем менеджмента [Электронный ресурс]. – 2004, май. – Режим доступа : <http://www.icgrp.ru/docs/list/article/?action=showproduct&id=79>. – Загл. с экрана.

6. Попов, Е.А. Концептуальная сущность услуг в информационно-сервисной экономике : монография / Е.А. Попов. – Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2007. – 128 с.
7. Прищепенко, В.В. Семантика, дефиниции и соотношение понятий «продукт», «товар», «услуга» / В.В. Прищепенко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 2. – С. 12–20.
8. Маркс, К. Соч. В 50 т. Т. 26. Ч. 1 / К. Маркс, Ф. Энгельс. – 2-е изд. – М. : Госполитиздат, 1962. – 476 с.
9. Семенов, В.М. Сервис промышленных товаров / В.М. Семенов, О.Е. Васильева. – М. : Центр экономики и маркетинга, 2001. – 208 с.
10. Управление и организация в сфере услуг / К. Хаксевер [и др.] ; пер. с англ. под ред. В.В. Кулибановой. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2002. – 752 с.
11. Cowell, D. The Marketing of Services / D. Cowell. – London : Heinemann, 1984.
12. Судас Л.Г. Маркетинговые исследования в социальной сфере : учебник / Л.Г. Судас, М.В. Юрасова. – М. : ИНФА-М, 2004. – 272 с.
13. Gronroos, C. Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach / C. Gronroos. – 2nd ed. – West Sussex, England : John Wiley & Sons, 2000. – 404 p.
14. Котлер, Ф. Расширение концепции маркетинга. Классика маркетинга / Ф. Котлер, Л. Сидни. – СПб. : Питер, 2001. – 345 с.
15. Ассэль, Г. Маркетинг: принципы и стратегия : учеб. для вузов : пер. с англ. / Г. Ассэль. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 804 с.
16. Шостак, Л. Как выйти за рамки маркетинга товаров / Л. Шостак // Маркетинг услуг. – 2006. – № 2(6). – С. 94–104.
17. Лавлок, К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия : пер. с англ. / К. Лавлок. – 4-е изд. – М. : Вильямс, 2005. – 1008 с.
18. Gumesson, E. Lip Service: A Neglected Area in Service Marketing / E. Gumesson // Journal of Consumer Services. – 1987. – January. – P. 273.
19. Толковый словарь русского языка : в 4 т. / под ред. Д.Н. Ушакова. – М. : Гос. ин-т «Сов. энцикл.» ; ОГИЗ ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов, 1935–1940. – 4 т.
20. Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка / В.И. Даль. – М. : Рус. язык, 1990. – 684 с.
21. Ожегов, С.И. Словарь русского языка / С.И. Ожегов. – М. : Рус. язык, 1989. – 750 с.
22. Васильева, О.Е. Эффективность сервисного обслуживания продукции / О.Е. Васильева. – М. : Экономика, 2007. – 175 с.
23. Боларев, Б.П. Управление качеством в торговле : учеб. пособие / Б.П. Боларев. – Томск : Изд-во Том. гос. ун-та ; ТМЛ-Пресс, 2006. – 384 с.
24. Спирин, А.Д. Человек и его потребности : учеб. пособие / А.Д. Спирин, С.Б. Максуюкова, С.П. Мякинников. – Кемерово : Изд-во Кузбас. гос. техн. ун-та, 2003. – 106 с.
25. Христофорова, И.В. Маркетинговая капитализация предприятий сферы услуг : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / И.В. Христофорова. – М., 2007. – 49 с.
26. Маркова, В.Д. Маркетинг услуг / В.Д. Маркова. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 128 с.
27. Мир на рубеже тысячелетий: прогноз развития мировой экономики до 2015 г. / редкол.: Мартынов В.А. (рук.) [и др.]. – М. : Новый век, 2001. – 592 с.



28. Актуальные вопросы экономики и управления в бытовом обслуживании. Сущность и рынок бытовых услуг : учеб. пособие / под ред. В.Ф. Уколова, Ю.А. Белевцева. – Вып. 1. – М. : Центр. бюро науч.-техн. информ., 1989. – 34 с.
29. Экономика бытового обслуживания : учеб. для вузов / В.Д. Балалов [и др.] ; под ред. В.Д. Балалова. – М. : Легкая и пищевая пром-сть, 1983. – 365 с.
30. Андрухович, В.В. Комплексное транспортно-экспедиционное обслуживание грузовладельцев – условие создания рыночной инфраструктуры на автомобильном транспорте / В.В. Андрухович. – Минск : Изд-во Белорус. науч.-исслед. ин-та науч.-техн. информ., 1991. – 72 с.
31. Марков, О.Д. Организация автосервиса / О.Д. Марков. – Львов : Ориана Нова, 1998. – 330 с.
32. Голубков, Е.П. Маркетинг : словарь-справочник / Е.П. Голубков. – 2-е изд. – М. : Дело, 2001. – 440 с.
33. Пасечникова, Л.В. Маркетинговое управление и маркетинговые технологии в сфере услуг : монография / Л.В. Пасечникова. – М. : [Б. и.], 2006. – 172 с.
34. ИСО 9004-2-91. Административное управления качеством и элементы системы качества. Ч. 2. Руководящие указания по услугам [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://libgost.ru/iso/60262-Tekst\\_ISO\\_9004\\_2\\_91\\_Administrativnoe\\_upravlenie\\_kachestvom\\_i\\_elementy\\_sistemy\\_kachestva\\_SНast\\_2\\_Rukovodyashie\\_ukazaniya\\_po\\_uslugam.html](http://libgost.ru/iso/60262-Tekst_ISO_9004_2_91_Administrativnoe_upravlenie_kachestvom_i_elementy_sistemy_kachestva_SНast_2_Rukovodyashie_ukazaniya_po_uslugam.html). – Загл. с экрана.
35. ГОСТ Р 50646-94 / ГОСТ 30335-95. Услуги населению. Термины и определения [Электронный ресурс]. – Введ. 01-07-1994. – Режим доступа : [http://libgost.ru/gost/26216-GOST\\_R\\_50646\\_94.html](http://libgost.ru/gost/26216-GOST_R_50646_94.html). – Загл. с экрана.
36. Википедия : свободная Интернет-энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Обслуживание>. – Загл. с экрана.
37. Качалов, В.А. Все ли требования стандарта ISO 9001:2000 распространяются на услуги? / В.А. Качалов // Методы менеджмента качества. – 2007. – № 8. – С. 43–48.
38. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 495 с. – (Б-ка словарей «ИНФРА-М»).
39. Энциклопедический словарь-справочник руководителя предприятия / Ю.А. Лукаш. – М. : Книжный мир, 2004. – 1504 с. – (Серия «Библиотека профессиональных словарей»).

---

## Analysis of the Definitions of Core Service Terms from the Standpoint of Process Approach to Management of Quality

N.V. Fadeeva

*Department “Quality Management and Mathematical Methods of Economics”;  
Siberian State Technological University;  
fadeeva\_natali@inbox.ru*

**Key words and phrases:** process approach to management; service; sphere of services.

**Abstract:** This article describes the definitions of core service terms from the standpoint of process approach to management.



## **Analyse der Hauptdefinitionen des Dienstleistungsbereiches von den Positionen des Prozessherangehens zur Managementqualität**

**Zusammenfassung:** Es sind die Definitionen der Schlüsselfachwörter des Dienstleistungsbereiches – “der Dienst”, “die Dienstleistungen”, “der Service” vom Standpunkt des Prozessherangehens betrachtet.

---

## **Analyse des principales définitions de la sphère des services des positions de l’approche de procédure envers le management de la qualité**

**Résumé:** Sont examinées les définitions des termes clés de la sphère des services du point de vue de l’approche de procédure.

---

**Автор:** *Фадеева Наталья Владимировна* – кандидат технических наук, докторант, доцент кафедры «Управление качеством и математические методы экономики», ФГБОУ ВПО «Сибирский государственный технологический университет», г. Красноярск.

**Рецензент:** *Левшина Виолетта Витальевна* – доктор технических наук, профессор, заведующая кафедрой «Управления качеством и математических методов экономики», ФГБОУ ВПО «Сибирский государственный технологический университет», г. Красноярск.

---